



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP SARANA WISATA
UNTUK PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PANTAI KUWARU
KABUPATEN BANTUL D.I YOGYAKARTA**

*Tourist Satisfaction Analysis of Tourism Facilities for Planning of Marketing Strategy in
Kuwaru Beach, Bantul Regency, D.I Yogyakarta*

Tian Nur Ma'rifat^{1)*}, Endy Suwondo²⁾, Novita Erma Kristanti³⁾

¹⁾ Staf Pengajar Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Sains dan teknologi, Universitas Darussalam Gontor
Jalan Raya Siman Km. 6, Ponorogo, Indonesia 63471

^{2,3)} Staf Pengajar Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada
Jalan Flora No. 1 Bulaksumur, Yogyakarta, Indonesia 55281

^{*)}Email korespondensi: tiannurm@unida.gontor.ac.id

ARTICLE INFO :

Received in 12 Februari 2018, Revised in 21 Maret 2018, Accepted 16 April 2018

Abstrak

Pantai Kuwaru merupakan salah satu obyek wisata pantai di Kabupaten Bantul. Pantai Kuwaru memiliki potensi untuk menjadi obyek wisata unggulan Kabupaten Bantul dikarenakan panorama pantai yang masih alami dan adanya wisata penunjang pantai seperti kuliner. Dalam rangka pengembangan obyek wisata pantai Kuwaru, diperlukan strategi pemasaran yang didasarkan pada kepuasan yang telah dicapai oleh pengunjung.

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang disebar ke 100 orang responden wisatawan dengan tingkat kepercayaan 95%. Analisis kepuasan wisatawan dilakukan dengan menggunakan metode *Importance-Performance Analysis (IPA)*. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Sarana wisata Pantai Kuwaru dikelompokkan berdasarkan bauran pemasaran jasa yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*, selanjutnya nilai rata-rata untuk setiap atribut sarana wisata diplotkan ke dalam grafik *IPA* yang terdiri dari empat kuadran prioritas berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja. Dari hasil analisis, diperoleh 5 atribut yang memiliki prioritas utama untuk meningkatkan kepuasan wisatawan Pantai Kuwaru, antara lain: kebersihan area pantai, kebersihan sarana penunjang wisata pantai, kondisi jalan menuju pantai, kondisi rumah makan yang meliputi kelayakan bangunan dan kebersihan rumah makan serta tersedianya sarana pembuangan sampah di sekitar pantai. Nilai *CSI* sebesar 72,74 % menunjukkan secara umum wisatawan merasa puas dengan atribut sarana wisata yang ada di Pantai Kuwaru.

Kata Kunci : *CSI, Importance-Performance Analysis, Kepuasan Wisatawan*

ABSTRACT

Kuwaru Beach is one of tourism destination that located in Region of Bantul, D.I. Yogyakarta Province. Kuwaru Beach have potential to be famous beautiful tourism place in Bantul Regency because of its natural beautiful scenery and having supporting tourism destination. In order coastal tourism development, Kuwaru Beach needed marketing strategy that is based on the visitors satisfaction.

The tool that used in this research is questionnaire distributing to 100 tourist respondent with Confidence level of 95%. Method used for Tourist Satisfaction Analysis is Importance-Performance Analysis (IPA). Tourism facilities are categorized based on service marketing mix, include : product, price, place, promotion, people, process and physical evidence. Then mean value for each tourism facilities attributes were plotted into IPA graphic consisting of four priority quadrant following importance and performance level. From those analysis method, it resulted five attribute that have main priority for improving tourist satisfaction in Kuwaru beach, such as cleanliness of coastal areas, cleanliness of coastal tourism supporting facilities, condition of the road to the beach, restaurants conditions which include the feasibility of building and cleanliness of restaurant, and also the availability of waste disposal facilities around the coast.

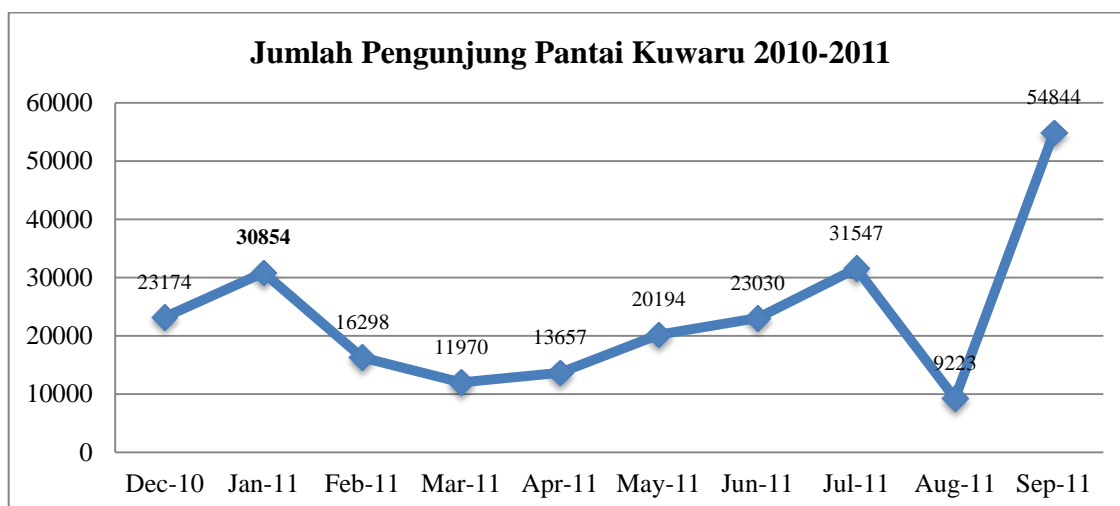
Keywords: CSI, Importance-Performance Analysis, Tourist Satisfaction

PENDAHULUAN

Sektor wisata merupakan sektor penting yang dapat menunjang perekonomian dan pembangunan suatu daerah. Kabupaten Bantul sebagai salah satu kabupaten di Provinsi D.I Yogyakarta memiliki potensi wisata besar. Hal ini terbukti dari keseluruhan obyek wisata yang ada di D.I Yogyakarta, obyek wisata di Bantul menduduki ranking pertama dalam jumlah pengunjung pada tahun 2005 hingga tahun 2009 (Pekab Bantul,

2010). Hal ini menunjukkan ketertarikan pengunjung akan panorama pantai di Kabupaten Bantul.

Pantai Kuwaru merupakan salah satu obyek wisata pantai di Kabupaten Bantul yang memiliki potensi untuk menjadi obyek wisata unggulan. Dari data jumlah pengunjung dari bulan Desember 2010 hingga September 2011, jumlah pengunjung memiliki kecenderungan untuk meningkat. Hal ini dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengunjung Pantai Kuwaru (Dinas Pariwisata Kab. Bantul, 2012)

Dalam pengembangannya, Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul telah merancang Pantai Kuwaru menjadi kawasan terpadu wisata alam, kerajinan dan kuliner. Dalam rangka menunjang pengembangan kawasan tersebut, wisatawan yang berperan sebagai konsumen merupakan komponen penting dalam merancang strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Tempat wisata yang dituju harus memberikan kepuasan kepada pengunjungnya melalui pemandangan yang ditawarkan, sarana yang disediakan serta pelayanan kepada pengunjung. Untuk itu perlu diketahui sejauh mana kepuasan wisatawan terhadap obyek wisata yang dikunjungi sebagai dasar dalam peningkatan atribut yang dimiliki obyek wisata. Dalam rangka pengembangan obyek wisata pantai Kuwaru, diperlukan suatu strategi pemasaran yang didasarkan pada kepuasan yang telah dicapai oleh pengunjung dalam mengembangkan Pantai Kuwaru sebagai kawasan terpadu wisata alam dan kuliner.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan dan kepuasan wisatawan terhadap atribut yang dimiliki oleh pantai Kuwaru serta mengevaluasi atribut sarana wisata Pantai Kuwaru yang diprioritaskan untuk perbaikan kinerja dalam rangka peningkatan kepuasan wisatawan.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Pantai Kuwaru yang berlokasi di Dusun

Kuwaru, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah wisatawan Pantai Kuwaru yang sedang menikmati pelayanan dalam hal wisata alam dan kuliner. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuisisioner kepada responden.

Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuisisioner. Pada tahap awal penelitian ini dilakukan penyebaran kuisisioner yang berjumlah 35 buah. Selanjutnya hasil kuisisioner yang telah disebar dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas dengan bantuan software SPSS 17. Setelah seluruh butir pertanyaan valid dan reliabel, pengambilan data dilanjutkan dengan penyebaran kuisisioner kepada 100 responden. Penyebaran kuisisioner dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap sarana yang ditawarkan oleh pihak pengelola dan mengetahui sarana wisata yang menurut wisatawan perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan di Pantai Kuwaru.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuisisioner. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai kritis (r) dari hasil perhitungan kuisisioner dengan nilai kritis (r) tabel distribusi normal. Apabila nilai

r-hasil positif dan lebih besar dari r-tabel, maka butir tersebut valid, namun jika nilai r-hasil negatif atau kurang dari r-tabel, maka butir tersebut tidak valid. reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh $> 0,6$. Semakin besar nilai *Cronbach's Alpha* maka data akan semakin reliabel.

Dengan jumlah responden sebanyak 35 orang, tingkat kepercayaan 95% dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan dan kepuasan wisatawan terhadap atribut sarana wisata pantai Kuwaru.

Setelah semua butir atribut dalam kuisisioner telah valid dan reliabel untuk tingkat kepentingan dan kepuasan selanjutnya dapat dilakukan penyebaran kuisisioner lanjutan.

Metode Analisis

Importance Performance Analysis

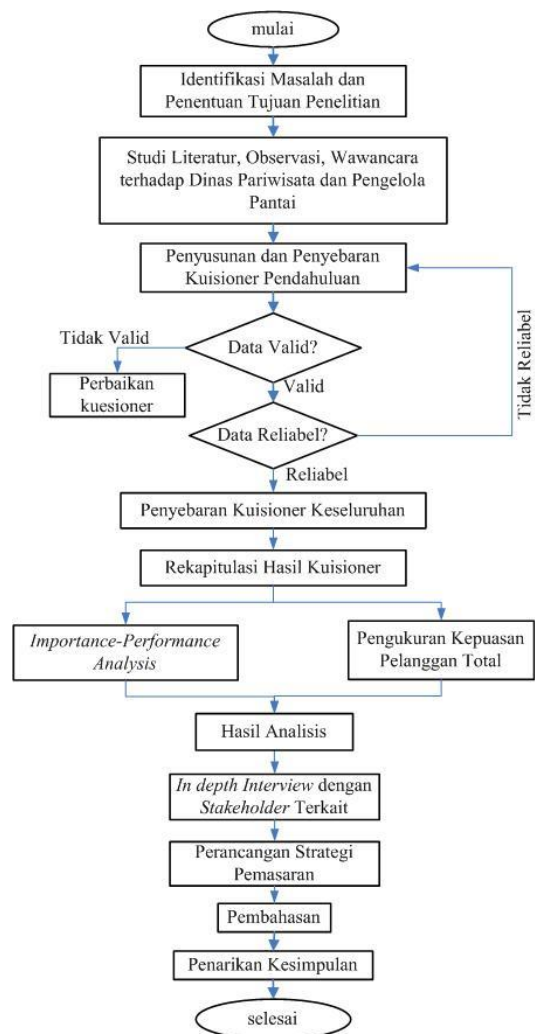
Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Brandt, 2000).

Atribut yang dievaluasi dengan menggunakan *Importance-Performance Analysis* berdasarkan pada bauran pemasaran dari Pantai Kuwaru. Bauran pemasaran yang digunakan merupakan bauran pemasaran untuk jasa yaitu 7Ps marketing mix. Sebagaimana Zeithmal *et.al* (2003) memaparkan unsur bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *Place* (tempat),

Pengujian reliabilitas dapat diketahui melalui nilai *Cronbach's Alpha* pada output SPSS. Suatu atribut dikatakan

People (orang), *Process* (proses), dan *Physical evidence* (kondisi fisik).

Tahapan Penelitian



Gambar 2. Bagan Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN







Profil Pantai Kuwaru

Pantai Kuwaru merupakan salah satu obyek wisata pantai selatan yang terletak di Desa Poncosari, Kecamatan Srandakan sekitar 30 km barat daya

Kota Yogyakarta. Kawasan pantai Kuwaru merupakan kawasan pantai yang terdiri dari objek wisata alam yaitu kekayaan biologis (flora-fauna) terutama keberadaan vegetasi cemara udang yang banyak tumbuh di pantai

Kuwaru. Cemara udang ini pada awalnya berguna untuk menahan pasir yang tertiup oleh angin. Sarana wisata yang ada di Pantai Kuwaru tercantum pada tabel berikut.

Tabel 1. Sarana Wisata Pantai Kuwaru

No.	Sarana Wisata	No.	Sarana Wisata
1.	Kawasan Pantai 	4.	Kolam Renang 
2.	Rumah Makan Seafood 	5.	Persewaan ATV 
3.	Pasar Ikan 	6.	Homestay 

Pengukuran Tingkat Kepuasan dengan IPA

Setelah menyebarkan kuisioner utama kepada 100 orang responden, maka diperoleh hasil perhitungan

rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan wisatawan terhadap atribut Pantai Kuwaru yang dapat dilihat di tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Wisatawan

Kode Atribut	Atribut	Rata-rata Kepentingan	Rata-rata Kepuasan
A1	Tersedianya pasar ikan yang menjual ikan laut.	3,215	2,710
A2	Adanya rumah makan yang menyediakan masakan ikan di sekitar pantai.	3,415	3,064
A3	Tersedianya sarana permainan di sekitar pantai.	3,261	3,032
A4	Kenyamanan pantai yang ditunjang dengan adanya pohon perindang di sekitar pantai.	3,8	3,484
A5	Kenyamanan sarana dan sarana wisata pantai.	3,338	2,968
A6	Tersedianya pasar ikan yang menjual ikan laut.	3,185	3
A7	Adanya rumah makan yang menyediakan masakan ikan di sekitar pantai.	3,046	2,839
A8	Harga retribusi masuk yang terjangkau.	3,246	2,903
A9	Harga jasa parkir yang terjangkau.	3,354	2,516
A10	Harga ikan segar yang dijual di pasar ikan terjangkau.	3,231	2,516
A11	Promosi mengenai obyek wisata Pantai Kuwaru melalui media elektronik yaitu televisi.	3,312	2,516
A12	Promosi mengenai obyek wisata Pantai Kuwaru melalui siaran radio.	3,6	2,968
A13	Promosi mengenai obyek wisata Pantai Kuwaru melalui media cetak yaitu surat kabar.	3,585	3,097
A14	Keramahan dan kesopanan pedagang di sekitar pantai.	3,516	2,968
A15	Keramahan dan kesopanan petugas retribusi.	2,877	2,806
A16	Keramahan dan kesopanan petugas parkir.	3,508	2,419
A17	Alur pembayaran biaya retribusi dan parkir yang terpisah.	3,677	2,839
A18	Keamanan di sekitar pantai.	3,646	2,581
A19	Keamanan di area parkir.	3,508	2,645

A20	Kondisi jalan menuju lokasi pantai.	3,692	2,935
A21	Tersedianya penunjuk jalan menuju lokasi pantai.	3,646	3,064
A22	Kebersihan area sekitar pantai.	3,354	2,677
A23	Kebersihan sarana penunjang wisata pantai.	3,492	2,613
A24	Kondisi pasar ikan yang meliputi kelayakan bangunan dan kebersihan pasar ikan.	3,385	2,742
A25	Kondisi rumah makan yang meliputi kelayakan bangunan dan kebersihan rumah makan.	3,661	3,064
A26	Kondisi area parkir meliputi luas area dan adanya atap pelindung.	3,677	2,839
A27	Tersedianya sarana pembuangan sampah di sekitar pantai.	3,692	2,839
A28	Tersedianya sarana peribadatan yaitu masjid.	3,861	2,968
A29	Kondisi sarana peribadatan meliputi kelayakan bangunan, kebersihan, ketersediaan air bersih, serta kelengkapan alat ibadah.	3,754	2,774
A30	Penataan tata letak sarana pantai	3,446	2,935
	rata-rata	3,466	2,844

Sumber : Data Olahan (2011)

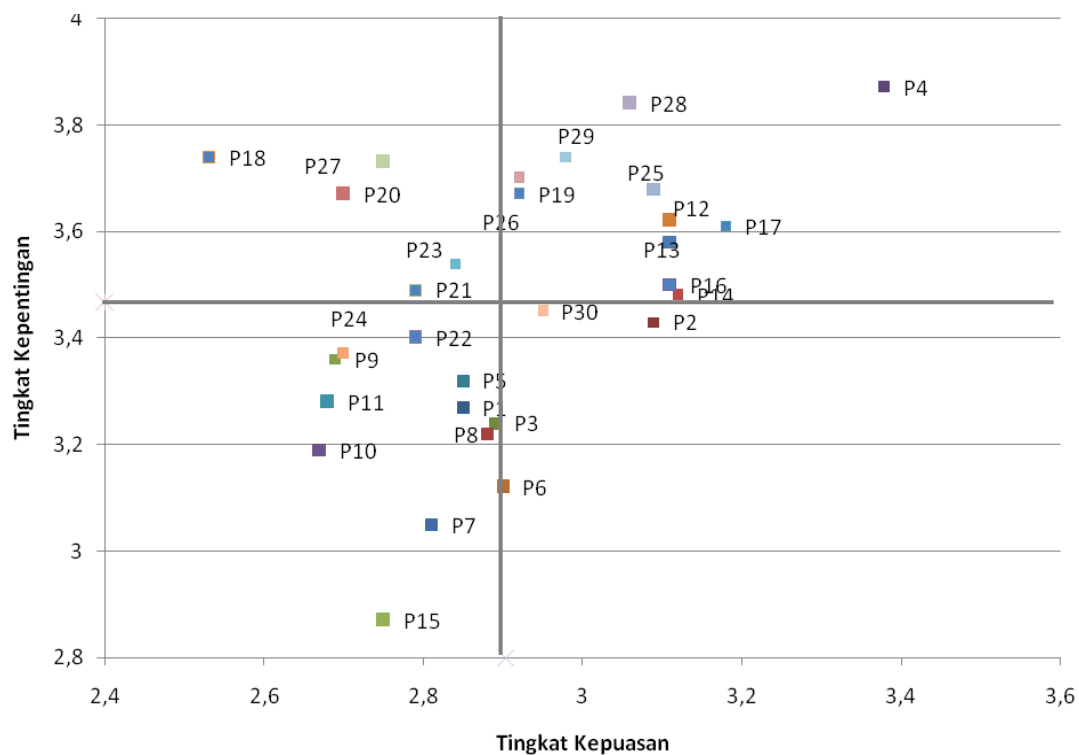
Dari perhitungan diketahui rata-rata kepuasan atribut ke-i yaitu 2,844 dan rata-rata kepentingan atribut yaitu 3,466. Nilai rata-rata kepuasan atribut dijadikan titik awal pada sumbu X untuk menarik garis yang membagi antara kuadran I dan kuadran II, serta antara kuadran IV dan kuadran III, nilai rata-rata kepentingan atribut dijadikan titik awal pada sumbu Y untuk menarik garis yang membagi antara kuadran I dan kuadran IV, serta antara kuadran II dan kuadran III.

Dari hasil analisis akan diperoleh atribut yang memiliki prioritas dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Atribut tersebut dikelompokkan ke dalam bauran pemasaran jasa yang terdiri dari tujuh komponen yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), *place* (lokasi), *physical evidence* (bukti fisik). Pengelompokan atribut dilakukan karena melalui bauran pemasaran diharapkan strategi pemasaran dapat dijalankan

dengan sukses. Aigbedo *et.al* (2004) dalam penelitiannya menggunakan *IPA* untuk membantu manajemen memperbaiki layanan mereka. Hal ini terutama terjadi karena perbedaan substansial antara persepsi manajemen dan pelanggan sehubungan dengan kinerja organisasi serta kepentingan relatif atribut dalam menilai kualitas layanan. Hasil penelitian dari Aigbedo *et.al* (2004) menyatakan bahwa faktor yang menjadi prioritas perbaikan pelayanan makanan di kantin kampus adalah

fasilitas fisik, keandalan, daya respon pelanggan, empati dan jaminan pelayanan.

Penggunaan marketing mix dalam analisis serupa dilakukan oleh Alipour *et.al* (2011) untuk mengevaluasi dampak marketing audit pada perusahaan jasa. Selanjutnya bobot penilaian kinerja dan kepentingan keseluruhan atribut diplotkan ke dalam diagram kartesius untuk mengetahui sebaran seluruh atribut dalam matriks dengan hasil tertuang pada Gambar 4.17.



Gambar 3. Diagram Kartesius Penilaian Kepentingan dan Kepuasan Wisatawan

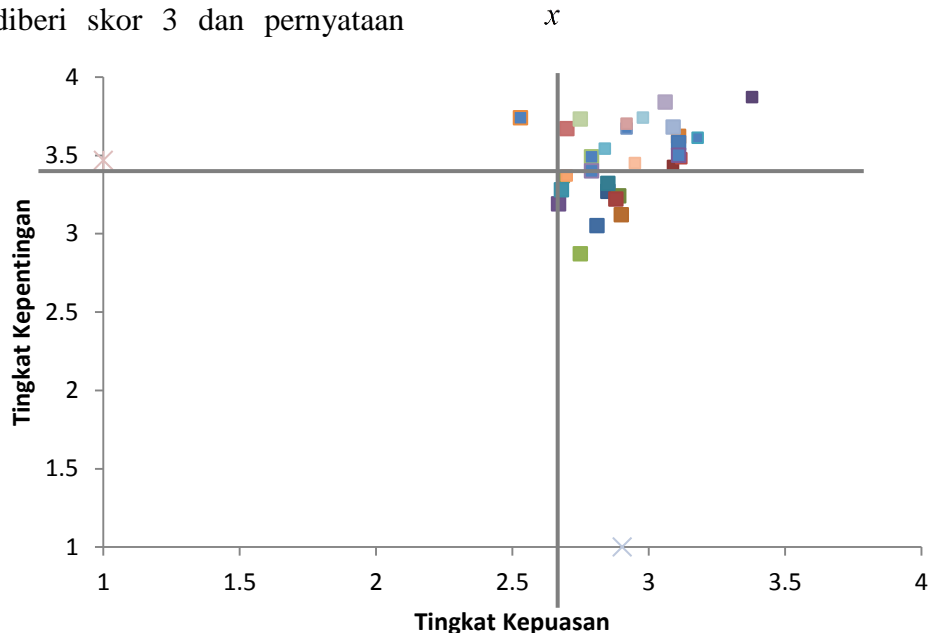
Apabila nilai dari atribut sarana wisata Pantai Kuwaru diplotkan pada diagram kartesius dengan jangkauan nilai dari 1 hingga 4 sesuai dengan skor penilaian tingkat kepentingan dan kepuasan

wisatawan terhadap sarana wisata Pantai Kuwaru maka diperoleh diagram kartesius pada Gambar 10.

Dari sebaran nilai yang terlihat pada diagram kartesius, keseluruhan

atribut berada pada tingkat kepuasan dengan nilai antara 2,5 hingga 4 dengan nilai rata-rata 2,844, sedangkan dalam pemberian skor jawaban, pernyataan “puas” diberi skor 3 dan pernyataan

“sangat puas” diberi skor 4. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan cenderung merasa puas terhadap sarana wisata yang ada di Pantai Kuwaru.



Gambar 4. Diagram Kartesius Penilaian Kepentingan dan Kepuasan Wisatawan dari Skala Satu

Perancangan Strategi Pemasaran

Penyusunan strategi pemasaran dilakukan dalam rangka mendekati organisasi perusahaan dengan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, serta pemberian kepuasan terhadap konsumen dengan cara yang efektif dan efisien. Kepuasan konsumen yang mampu dikelola dengan baik merupakan salah satu cara untuk mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada. Strategi tersebut membutuhkan biaya yang lebih sedikit dibanding mencari pangsa pasar baru. Khususnya dalam hal pemasaran jasa, adanya kepuasan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan berdampak pada perilaku konsumen yang semakin loyal terhadap organisasi pengelola jasa. Menurut Ciriković, E. (2014) strategi pemasaran yang dipilih bervariasi

melalui elemen spesifik dari kombinasi bauran pemasaran. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen di segmen pasar yang diarahkan. Keberhasilan ini sangat tergantung pada sumber daya organisasi dan keuangan yang dimiliki oleh organisasi pariwisata tertentu.

Dalam penelitian ini, strategi pemasaran untuk obyek wisata Pantai Kuwaru dikerucutkan melalui strategi operasional berupa perbaikan pelayanan yang ditentukan dengan menganalisis kepuasan wisatawan terhadap atribut sarana yang ada di pantai Kuwaru. Penyusunan atribut sarana didasarkan pada bauran pemasaran jasa yang dimiliki oleh Pantai Kuwaru. Hal ini bertujuan supaya strategi yang dihasilkan dapat secara efektif diimplementasikan. Analisis kepuasan

wisatawan menggunakan metode *IPA* (*Importance-Performance Analysis*) yang menghasilkan output berupa tingkatan prioritas yang harus dilakukan terhadap atribut-atribut sarana.

Melalui kuisisioner yang telah disebar, wisatawan memberikan penilaian terhadap tingkat kepentingan atribut dan tingkat kepuasan yang dirasakan dari atribut tersebut. Setelah itu diperoleh tingkatan prioritas atribut yang terdiri dari atribut yang harus diprioritaskan untuk peningkatan kinerja, atribut yang harus dipertahankan kinerjanya, atribut dengan prioritas rendah serta atribut yang cenderung berlebihan.

Cakupan strategi perbaikan pelayanan difokuskan pada atribut yang terletak di kuadran I dalam matriks kepentingan-kepuasan. Dengan adanya perbaikan kinerja diharapkan konsumen

menjadi loyal terhadap jasa yang ditawarkan. Hal itu dapat diindikasikan dengan frekuensi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Kuwaru nantinya akan terus meningkat. Berikut adalah rincian rekomendasi perbaikan pelayanan melalui prioritas peningkatan kinerja dari atribut sarana wisata:

- a. Kebersihan area pantai
- b. Kebersihan sarana penunjang wisata pantai, yaitu kolam renang anak dan arena bermain anak.
- c. Kondisi jalan menuju pantai
- d. Ketersediaan penunjuk jalan menuju pantai.
- e. Kondisi rumah makan yang meliputi kelayakan bangunan dan kebersihan rumah makan.
- f. Tersedianya sarana pembuangan sampah di sekitar pantai.

Tabel 3. Penyusunan Strategi Pemasaran Pantai Kuwaru

No.	Bauran Pemasaran	Prioritas Perbaikan	Strategi	Nilai Tambah untuk obyek wisata
1.	<i>Product</i>	tidak	Pertahankan kinerja	Keunggulan <i>product</i> yang ditawarkan, antara lain : <ul style="list-style-type: none"> - kenyamanan pantai yang ditunjang dengan adanya pohon cemara udang - adanya sarana permainan - kenyamanan sarana wisata - tersedianya pasar ikan - wisata kuliner
2.	<i>Price</i>	tidak	Pertahankan kinerja. Apabila diperlukan perubahan harga karena kebutuhan operasional, diperlukan analisis lebih lanjut.	Menjaga agar konsumen tetap bertahan.
3.	<i>People</i>	tidak	Pertahankan kinerja	Daya tarik wisata ada pada kerifan lokal atau <i>local wisdom</i> yang dimiliki oleh penduduk yang bermukim di kawasan Pantai Kuwaru.
4.	<i>Promotion</i>	tidak	Sarana promosi dengan komunikasi perorangan atau <i>word of mouth</i> . Perbaikan kualitas pelayanan dan sarana wisata sehingga timbul loyalitas konsumen	Penyebaran informasi ke masyarakat luas mengenai keunggulan Pantai Kuwaru.
5.	<i>Place</i>	Ya	Perbaikan dan pelebaran jalan.	Tempat wisata lebih mudah dijangkau oleh wisatawan.
6.	<i>Process</i>	Tidak	Pertahankan kinerja	
7.	<i>Physical Evidence</i>	Ya	<ul style="list-style-type: none"> - penambahan sarana pembuangan sampah di area pantai - tulisan himbauan untuk membuang sampah pada tempatnya - himbauan kepada pemilik rumah makan untuk meningkatkan kebersihan rumah makan - penyuluhan sanitasi yang diadakan oleh pihak akademisi. 	Kondisi fisik yang lebih tertata dan memberikan kenyamanan kepada wisatawan.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dengan metode *Importance-Performance Analysis* terhadap 30 atribut sarana yang ada di Pantai Kuwaru yang dikelompokkan berdasarkan bauran pemasaran jasa, diperoleh atribut yang memiliki prioritas utama untuk peningkatan kinerja, antara lain :

- 1) Kebersihan area pantai
- 2) Kebersihan sarana penunjang wisata pantai
- 3) Kondisi jalan menuju pantai
- 4) Kondisi rumah makan yang meliputi kelayakan bangunan dan kebersihan rumah makan.
- 5) Tersedianya sarana pembuangan sampah di sekitar pantai.

Dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Indeks* diperoleh CSI sebesar 72,74 %. Secara umum wisatawan merasa puas dengan atribut sarana wisata yang ada di Pantai Kuwaru.

SARAN

Dari hasil wawancara dengan wisatawan Pantai Kuwaru, sarana yang hendaknya ditambahkan untuk lebih meningkatkan kepuasan wisatawan antara lain tempat pertemuan, penginapan, peta lokasi, tempat duduk, gazebo, dan toko souvenir.

Perbaikan sarana hendaknya dilakukan secara sinergis oleh organisasi masyarakat di Pantai Kuwaru dan Pemerintah sehingga peningkatan kinerja dari sarana obyek wisata dapat segera terwujud.

REFERENSI

Aigbedo, H., & Parameswaran, R. 2004. Importance-performance analysis for improving quality of campus food service. *International Journal*

of Quality & Reliability Management, 21(8), 876-896.

Alipour, M., & Darabi, E. 2011. The role of service marketing mix and its impact on marketing audit in engineering and technical service corporations. *Global journal of management and business research*, 11(6).

Brandt, D.R. 2000. "An "Outside-In" Approach to Determining Customer-Driven Priorities for Improvement and Innovation", **White Paper Series**, Volume 5 – 2004.
<http://www.burke.com/whitepapers/Burke%20Overview%20v1%20pdf.pdf>

Ciriković, E., 2014. Marketing mix in Tourism. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(2), p.111.

Nugraha, R., Harsono, A., & Adianto, H. 2014. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel "X" Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis. *REKA INTEGRA*, 1(3).

Pemerintah Kabupaten Bantul. 2010. Laporan Akhir Studi Tata Ruang Pantai Kuwaru Kecamatan Srandakan, Pemerintah Kabupaten Bantul, DIY.

Zeithaml, V.A., and Mary J.B. 2003. *Services Marketing*. New York : McGraw-Hill Companies.